



有人说,女人是一本书。如果你只执着精美的装帧,那么你可能会错过她,如果你只迷恋华丽的字句,那么你或许永远读不懂她。当你翻开扉页,仔细品读,或朴实、或华贵、或淡定、或洒脱的特质便会跃然纸上,凑成一个完整的形象。钟凯利便是这样一本耐人寻味的书,她师承名校又敢于挑战,她白手起家竟创造辉煌,她追求完美却不固执己见……现在,让我们翻开这本精彩的书,细细地读。

钟爱一生

追求完美——美是对别人的尊重

初识钟凯利,是在去年7月的一次家装博览会上,作为6家参展企业里惟一一位女老总,身穿红色翻领针织衫的她,格外引人注目。“钟总,我帮您把花别在衣服上吧?”侍应生问她,“不用了,谢谢,我拿在手里就好,我怕把衣服别坏了。”钟凯利笑说。

采访时,我把这个片段说给她听,钟凯利不禁笑出声来,“你还没见过我年轻的时候,那时候我不仅爱美,还特别敢穿。”十几年前,脚踏翻毛皮鞋,露出的袜子一只红色一只白色,她说她常以这种特立独行的造型让人瞩目。

随着阅历的丰富,钟凯利觉得美不再是穿得光鲜体面,而是包含了恰当的穿着、精准的语言和不俗的气质。“美是对别人的尊重,也是对自己的尊重。如何让人对你过目不忘,还要留下好印象,那就必须要让他觉得你是美的。”从事家装行业以后,钟凯利有了更多机会,将她对美的理解付诸实践。她不欣赏流于形式的设计,刻意营造一种风格并不是美,她认为完美一定要兼顾实用程度。2007年,钟凯利装饰在9年设计经验的基础上,首创了“设计流程程序控制”,包括实用功能设计、个性风格设

计、主材配置设计、家居配饰设计及人文环境设计五个方面的内容。钟凯利装饰的设计师会根据家庭结构、成员数量以及生活、工作的特殊要求,对整个生活空间进行功能区域划分,进行实用性极强的设计,满足居住者对于环保、健康、安全的根本要求。

很多与钟凯利当面交流过的客户,都希望得到她在设计方面的指点。“很多中国人讲究含蓄,太过张扬的设计不适合,我会告诉他们,设计不仅要考虑到自己的喜好,还要照顾到来做客的亲友的看法,能够让大家交口称赞的设计才是完美的。”



“钟凯利 35岁
南京钟凯利装饰工程研究院院长
南京钟凯利装饰工程咨询有限公司董

勇敢坚韧——不记得失败的滋味

凭借在设计方面的天赋和专长,钟凯利轻松地在职场内闯出一片天地,天性好强的她,骨子里流淌着坚韧的血,靠着她的拼劲和韧劲,钟凯利装饰一步步走向今天的辉煌。

1994年,上海交通大学的毕业季,看着同学们纷纷选择留在早已熟悉的大上海,钟凯利却将目光投向了陌生的南京。“南京的这家无线电厂很渴望引进工业设计系的人才,我也觉得到南京更能大展拳脚。”可当满怀抱负的钟凯利到了工厂,布满蜘蛛网的红砖墙厂房、6个女生同挤一间宿舍加上宿舍里乱窜

的老鼠,着实让她吓了一跳。“但是从没想到退缩,反而是更加努力,一年的工作量,我一个晚上就完成了。”

1998年,怀揣10万元钱,钟凯利在一家家居卖场租了两间办公室,注册了“钟凯利装饰”,创业初期的艰辛远比立业后的喜悦更值得回味。怀孕期间,钟凯利仍然坚持每天到公司上班。有一次,江宁一对老夫妇要装修一套复式房间,他们收集了一大册钟凯利公司和钟凯利本人的设计及新闻报道来找她。已经有5个月身孕的钟凯利当即决定亲自为他们设计,为考察房间构造,她挺着大

肚子往返江宁好几次,看得老夫妇都心疼了。

如果说家装市场像个棋盘,原来只有地产企业来往对弈,但在2002年后,一家北京企业的来势汹汹打破了这种平静。“他们铺天盖地的广告宣传,让不少企业都吓着了,不过却让我豁然开朗。”2003年开始,钟凯利装饰迈开扩张的大步,先后在马鞍山、丹阳、芜湖、蚌埠、合肥、郑州、济南、武汉、徐州等城市成立了二十多家直营装饰公司。“此举让钟凯利一下子就和其他企业拉开了距离,成为名副其实的‘中国家装最具影响力’的集团公司。”

■私密档案

问:你家的装修是哪家公司做的?
答:钟凯利装饰。
问:你家的装修大概花了多少钱?
答:大概花了36万。
问:你家家装的整体风格是什么?
答:整体风格是混搭,基础是简欧,混搭了中式、藏式的家具。
问:你家装修的四大主材分别是什么品牌的?
答:地板选了宜华,瓷砖是斯米克和罗马利奥,洁具是科勒。
问:你最常逛的家居卖场是哪家呀?
答:因为客户需要,几乎每个卖场都是经常逛。
问:平时你在家的时间有多长?
答:没有孩子之前,工作到晚上9、10点是常事,有孩子之后,会尽量合理地安排时间,多抽点时间陪陪孩子。
问:近期有没有重新装修的打算?
答:可以说是天天都有想重新装修的打算,因为不断有新的东西出来。

■相关链接

我只是钟凯丽的一分子

十年,钟凯利将女人一生最好的年华奉献给了她的企业,而成百上千的员工则用勤劳与智慧和她一起成就了钟凯利这个品牌,在钟凯利心中,一直抱有对员工们的感激之情,她喜欢用家人来称呼她的员工。2008年12月25日,一如往年的圣诞节,钟凯利大家庭中的几百名员工齐聚一堂,辞旧迎新,记者也应邀参加了这家人的一大聚会。舞台上整齐码放的电饭锅、电磁炉、微波炉等奖品被幸运儿一一领走,令人垂涎的电视机大奖也即将揭晓。

“钟总、钟总,钟总回来了!”钟凯利刚一推开大门,就被眼尖的员工逮了个正着。由于身体微恙,钟凯利休息了一阵子,那天是她重返钟凯利大家庭的第一天。“在我休息的这段日子里,我最常回忆的就是与大家在一起的时光,我们饿着肚子出设计、一起到外地开拓市场。今天当我回到自己的家,见到这么多家人,我觉得这是我2008年收获的最好的礼物。我们的项目经理穿上整齐的西服,原来这么潇洒这么帅,有的设计师跟了我十年,也从小姑娘变成了人妻人母。很多人一听见我的名字,就知道我是钟凯利的老总,其实,钟凯利也只是钟凯利的一分子,我们是一家人。”

本版采访 快报记者 董婷婷
本版摄影 快报记者 路军

极负责任——员工都是我的家人

从1998年到2008年,从白手起家到誉满全国,最令钟凯利感触的并不是财富和成功带来的荣耀,而是这宝贵的十年给予她的磨砺。“中国人非常注重家的概念,对待客户的家,一定要有责任感。”钟凯利的待客之道是,如果客户跟自己父亲差不多年纪,就当做父亲对待;如果跟兄弟差不多年纪,就当做朋友对待。亲友间也有争执,但肯定是负责的。

钟凯利确立“为人民服务”的企业宗旨,觉得家装一

定要以六星级的标准让客户满意。她立下“24小时服务体系”,要求客服人员如实地记录客户意见,确保4小时内必须回访。在自己还没用上手机的年代,她给项目经理配了手机和摩托车,方便他们与客户联系,尽快处理施工问题。她还会在胸前别上工作牌,亲自担任客服,站在前台接待客户。

对待员工,钟凯利同样觉得身兼重任。“家装是劳动密集型行业,很多工人都是来自农村,一个人挣的钱就

要养活一个家,对待他们我有不可推卸的责任。”也许是设计师出身的缘故,钟凯利格外看重对设计队伍的培育,不仅在薪酬上优待设计师,还费尽心思拓展设计师们的灵感空间。“我想了一个点子,请他们外出旅游,这是开拓眼界的好方法。”几年下来,设计师走遍了云南、西安、海南、香港,而钟凯利却因为工作太忙,一次旅游的机会都没赶上。“每一个员工都是我的家人,他们开心,我就开心。”

祝现代快报家居版
2009 版面牛气!
内容牛气!
牛年大吉!
钟凯利装饰愿共同打造牛市!
钟凯利
2009年元旦祝南京